

# LA VIOLENCIA A LA REALIDAD O LA VIOLENCIA SILENCIOSA

## DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

---

**Gabriel Galdón López**



### RESUMEN:

La praxis informativa generalizada, al no basarse en unos principios sólidos que configuren la actividad periodística como un saber al servicio de la sociedad, en vez de informar adecuadamente a los ciudadanos, lo que hace es desinformarlos y manipularlos de diversas maneras. Lo cual supone una violencia a la realidad, una violencia silenciosa e incruenta pero enormemente perniciosa, cuyo remedio fundamental estriba en la educación del sentido crítico ante lo que difunden los medios de comunicación, realizada en todos los niveles de la enseñanza

*Palabras clave:* periodismo, medios de comunicación, desinformación, manipulación, violencia a la realidad, educación, sentido crítico.

### ABSTRACT:

Modern journalism is not based on humanistic criteria. It does not usually serve to citizens but to the different political and economical powers. There is not a true information and knowledge, but there is misinformation and lies. That is silent violence. So a wide and deep educational training of the critical thinking is necessary

*Keywords:* journalism, mass media, misinformation, violence, education, critical thinking.

Correspondencia con las autoras: Gabriel Galdón López. Catedrático de Periodismo. Director del Observatorio para el estudio de la información religiosa de la Universidad San Pablo CEU (Madrid) Correo electrónico: galdonlo@ceu.es. Original recibido: febrero 2007. Original aceptado: abril 2007

## I. Introducción

En la “Babel” terminológica y conceptual en la que nos encontramos, pienso que la primera obligación de todo científico es definir los conceptos. En este caso, qué queremos decir con *Desinformación y Manipulación*. Nos vamos a referir a la información de índole periodística. Pues bien, el Periodismo, por naturaleza, si no está corrompido, es *un saber prudencial que consiste en la comunicación adecuada del saber sobre las realidades humanas actuales que a los ciudadanos les es útil saber para actuar libre y solidariamente*. Pero una cosa es el Periodismo y otra la Información periodística. El periodismo es una determinada actividad humana, mientras que la información periodística es su contenido y su resultado práctico. Por eso, para que se realice efectivamente, es necesario no sólo que los periodistas hagan bien su trabajo, sino que cuenten con los modos y medios pertinentes y que haya unas personas, los ciudadanos, que soliciten y aprehendan de modo reflexivo y activo ese saber sobre las realidades... Y ello mediante un diálogo implícito (que con las nuevas tecnologías podrá hacerse más explícito) entre unos y otros.

De ahí que haya definido la Información periodística como *un saber sobre las realidades humanas actuales con proyección e interés social, compartido por periodistas y ciudadanos, mediante el diálogo sobre los textos elaborados por aquellos y difundidos por los medios de comunicación*.

Es decir, no basta que se comunique adecuadamente un saber necesario o útil, sino que éste sea correctamente asimilado, entendido, por los destinatarios. Hasta que esa intelección no se produzca no se podrá hablar en puridad de que haya habido información periodística.

No hace falta que ese saber compartido sea perfecto, de matrícula de honor. Si lo es, mejor; y a esa meta hay que tender. Pero también vale un saber de sobresaliente, de notable e, incluso, de aprobado. Pero si no hay saber, si sólo hay un conocimiento superficial y fragmentario, o falso y equivocado, o inane y vacío, o insignificante e irrelevante..., lo que hay es **desinformación**.

Desinformación que, por tanto, no es otra cosa que *la ausencia de verdadera información o de información verdadera*. Una persona desinformada es una persona que no sabe lo verdadero y esencial de algo; que está en el error o que

tiene una confusión mental y vital sobre los temas que necesita o le son útiles saber para actuar libre y solidariamente.

Esta desinformación puede producirse por un sinfín de causas interrelacionadas. La mayor parte de ellas no son intencionadas, sino que obedecen a una serie de deficiencias de tipo conceptual y estructural, cuando no a las propias debilidades intelectuales y morales inherentes a los seres humanos, ya sean periodistas o ciudadanos.

Pero cuando esa desinformación se busca adrede, cuando hay una intención clara de engañar por parte de los promotores y realizadores de la información, entonces estamos ante lo que quiero denominar, por aquello de que es bueno distinguir lo distinto, **manipulación**.

La manipulación es, por tanto, *la desinformación intencionada que, a través de las diversas técnicas de ocultación o tergiversación de la realidad, se elabora con verosimilitud al servicio de los diversos intereses del poder dominante*.

Una vez que tenemos las primeras nociones sobre información, desinformación y manipulación, vamos a explicar cuáles son las causas, efectos y modos de estas dos últimas realidades, una a una.

## 2. La situación desinformativa actual

Tras realizar, durante decenas de años, análisis constantes de los contenidos de los medios, he podido comprobar con claridad, aunque con honda pena, que en un porcentaje grande y casi generalizado la situación que vivimos es de desinformación. En resumen, las causas por las cuales en la mayor parte de los casos no se llega al *aprobado* en esta importantísima asignatura de la entera sociedad son:

- a) que una mayoría de los ciudadanos no pone los medios adecuados para informarse bien o no tiene la necesaria formación para hacerlo;
- b) que muchos empresarios de la información conciben sus “productos” mucho más como mero negocio, o como plataformas para defender sus intereses

propios o para satisfacer sus ansias de poder, que como medios para comunicar a los ciudadanos la información que necesitan para ser más libres y solidarios;

- c) que son pocos los periodistas que quieren y/o pueden realizar cabalmente su misión de saber para servir;
- d) que las “teorías” sobre el periodismo que se han generalizado más, surgidas en y desde los planteamientos filosóficos de la *Modernidad*, impiden el logro de los requisitos del buen periodismo.

Pero lo que tenemos que tratar ahora es del panorama desinformativo que presenta nuestra sociedad. Pues bien, esa situación desinformativa puede representarse como un prisma con seis caras:

### **2.1. Una visión parcial y superficial de la realidad**

Parece claro que no hace falta haber visto la película *Titanic* para saber que un iceberg tiene mucha más masa que la que aflora a la superficie. Como tampoco es necesario tener una inteligencia privilegiada para comprender que cualquier acontecimiento, idea, etc., tiene unas causas, antecedentes, relaciones, etc., que son parte sustantiva de esa realidad. Y, además, la más importante y la que la explica y da razón de su significado.

Pues bien, la mayor parte de las noticias que leemos, vemos y escuchamos o sólo escuchamos nos informan nada más que de lo que en ese momento se ha puesto de actualidad de esa realidad o, por expresarlo en términos kantianos, de lo epifenoménico. Con lo que el periodismo más generalizado consagra la superficialidad y la parcialidad. Y los ciudadanos, acostumbrados a ese modo de proceder, y sin preparación o tiempo para pensar, creen que están informados, cuando lo que saben es muy poquito y anecdótico. Además, a ese escaso y casi inútil conocimiento llegan, por centrarnos únicamente en la prensa, los que leen las noticias, porque, debido al aburrimiento que suscita la forma estandarizada de redactar las informaciones, muchos, cada vez en mayor número, sólo leen los titulares...

## 2.2. Una acumulación de hechos sin sentido

Y sólo leen los titulares también porque hay tantísimas noticias que no hay tiempo para leerlas. En nuestros días contamos cada vez con más medios de comunicación que parecen competir por ver quién da más noticias, más opiniones, más, más, más... El *hipermercado de la comunicación y de la información* ha adquirido proporciones gigantescas y es cuasi omnipresente... Ante esta realidad, alguien podría pensar que estamos muy bien informados...

Y cometería un grave error. Porque cantidad y calidad no son términos sinónimos. Es más, en este caso, son antónimos. Ya que, debido a esa parcialidad y superficialidad de la mayoría de las pretendidas informaciones; a que no se realiza una selección de temas motivada por el interés real que tienen para los destinatarios en concordancia con la finalidad de la información; y a que tampoco hay una jerarquía de tratamiento según esa importancia y ese interés general... Nos encontramos con que la mayoría de los medios nos ofrecen cada cierto espacio de tiempo un repertorio de noticias breves, declaraciones de personajes y opiniones rápidas sobre temas las más de las veces innecesarios, carentes de interés, triviales y fragmentarios. Y si el tema es de por sí interesante y crucial, al recibir el mismo tratamiento trivial que los demás, se pierde en la vorágine general.

Y es que tratar informativamente del mismo modo un atentado terrorista y el salvamento de unos montañeros perdidos en la nieve; las declaraciones de un Premio Nobel de Física y las de un jugador de fútbol; un congreso de cualquier partido político y un cónclave de la Iglesia; etc., etc., es un atentado contra el sentido común y contra los requisitos de una verdadera información.

Una acumulación enorme de informaciones parciales, superficiales, sin orden ni jerarquía, y homogeneizadas constituye, en sí, una realidad falseada y trivializada. Pero esta **infopolución** adquiere características trágicas al impedir que realmente se produzca la información y, al mismo tiempo, al contribuir a que muchos informadores piensen que están informando y muchos más ciudadanos consideren que están informados. No sólo se construye una gran falacia, sino que, además, se impide que la mayoría se aperciba de ella.

Y es que, como vimos sucintamente al principio, para que haya información es necesario que el periodista sepa sobre la realidad y que sepa comunicarla para

que el ciudadano, a su vez, la aprehenda en sus justos términos y sepa a qué atenerse. Y no hay saber posible si no se usa la inteligencia, si no se valora conforme a razón, si no se descubre, en la medida de lo posible, el sentido que las cosas tienen tanto de suyo como en su relación con nosotros. Si no hay valoración, si no hay selección y jerarquización, si no hay profundización ni contextualización, si no hay aplicación... No hay verdadero saber y, por tanto, no hay verdadera información. Si lo único que las noticias “dicen” de las cosas es que pasan y, a veces, cómo pasan, pero no por qué pasan, para qué, qué consecuencias puede tener su paso, que gravedad o importancia óptica o moral tienen esos acontecimientos... Todo se relativiza, todo se banaliza, todo se vulgariza. Se le quita hierro a las mayores aberraciones y se hace desaparecer del horizonte vital y social la grandeza y la heroicidad. Treinta siglos de tradición humanística y literaria, de esfuerzos por comprender y valorar las acciones humanas conforme a razón, de expresar artística o filosóficamente esa lucha entre el bien y el mal que se da en el corazón del hombre y que, caracteriza, al decir de Dostoievski, la historia de la humanidad, se pierden en la enorme barahúnda de hechos sin sentido que nos proporciona constantemente una inmensa mayoría de medios supuestamente informativos.

### **2. 3. Una idolatría de la actualidad**

También coadyuva significativamente a esa sucesión continua de impactos fragmentarios la norma de tomar como criterio de selección y actuación informativa el reflejo puntual de lo más novedoso y reciente. Lo cual conduce inexorablemente al apresuramiento y a la rapidez como condicionamientos acuciantes de los informadores y, como correlato obligado, a la falta de tiempo para pensar y decidir con fundamento sobre los diversos intereses que hay en juego en la comunicación pública y sobre la verdad informativa. La actualidad se convierte en un ídolo al que se sacrifican innumerables veces la verdad posible y el rigor intelectual necesario. Y abre las puertas a toda una serie de desinformaciones y manipulaciones realizadas por las fuentes interesadas. Entre ellas las de difundir rumores infundados y calumnias dañinas que luego, en la mayor parte de los casos, no hay tiempo para verificar aun cuando se tuviera la honradez para rectificar.

Aunque hayan sido muchos los autores que hayan criticado este tipo de proceder, parece que los propietarios de los medios y los propios informadores están muy orgullosos de “ser los primeros en dar la noticia” (aunque luego se demuestre que sea falsa, o que no es necesaria, etc.) o en dar las imágenes “en el mismo momento en que se están produciendo los acontecimientos” (aunque no se den las explicaciones previas ni el contexto necesario para poder entender mínimamente que significan esas imágenes).

Espacio y tiempo son factores vitales para poder informar adecuadamente. Y, especialmente, cuanto más se restrinja este último menos conocimiento se puede obtener. A más rapidez, menos verdad, menos saber. Y, por tanto, poca o nula información o, en otras palabras, segura desinformación. Se cumplen así unas palabras de Óscar Wilde: “aquellos para quienes el presente lo constituyen las cosas presentes, no conocen nada del tiempo en que viven”. O como expuso un buen alumno en un debate en el aula: “¿Para qué sirve enterarse rápidamente de muchas cosas si luego no sabes casi nada de ninguna?”

El problema es que no todos los ciudadanos tienen el sentido crítico de este alumno y, bombardeados por la propia autopropaganda de los medios sobre las maravillas de la actualidad y la instantaneidad, ven una necesidad ese estar enterados rápidamente de todo. Necesidad que no es natural, que es del todo superflua y artificial.

#### **2.4. Una visión artificial de la realidad**

Parece evidente que si, por los diversos factores ya mencionados, se renuncia de antemano a desvelar en la medida de lo posible la naturaleza de las cosas, dando razón cabal de sus causas, sentido y consecuencias, mediante la documentación y la reflexión, y el empleo de los métodos adecuados y el tiempo necesario para lograrlo, es imposible dar una visión natural de la realidad. Y lo que no es natural es artificial. Si, en el mismo orden de cosas, esa visión chata, superficial, fragmentaria, no significativa, actualísima o instantánea de la realidad no satisface la legítima ansia de saber de los ciudadanos, el interés que de por sí tiene la sabiduría, que es un interés natural, tiene que ser

sustituido por otros reclamos del interés si los medios de comunicación han de venderse.

Esa es la razón por la cual, al no dar razón de *lo normal*, se busque proporcionar innumerables noticias de *lo anormal*. Lo extravagante se convierte así en criterio habitual y preponderante de selección informativa. De ahí, por ejemplo, que desde hace muchos años hasta nuestros días muchos profesores y periodistas repitan aquello de que “si un perro muerde a un hombre no es noticia, pero si el hombre muerde al perro...”. Y de ahí también que sucedan cosas tales como que los principales medios norteamericanos mandasen a los corresponsales que habían enviado a “cubrir” la visita de Juan Pablo II a la Cuba de Fidel Castro que volviesen urgentemente a Washington o Nueva York porque se habían producido ciertas novedades en el caso “Lewinsky”. O que, en la rueda de prensa conjunta que por esas mismas fechas dieron Clinton y Arafat tras conversar sobre el proceso de paz de Oriente Medio no hubo ninguna pregunta a Arafat. Todas se dirigieron a Clinton. Pero ninguna sobre esas conversaciones. Todas sobre Monica Lewinsky...

Extravagancias, rarezas, anormalidades o catástrofes... ¿Por qué no se publican también buenas noticias? Parece que el diario bombardeo de desgracias, cataclismos, crueldades, crímenes, bancarrotas, suicidios, hambrunas, guerras, violaciones, etc., no deja espacio y lugar para informar de todo lo bueno que ocurre en el mundo que, gracias a Dios, es muchísimo. Además, todo ese cúmulo de desventuras se presenta de modo banal con lo que, amén de crear artificialmente un pesimismo destructor, aumentan aún más la trivialización.

Por si fuera poco, al no imperar la buena lógica natural de la verdad sino la perversa lógica mercantilista de la noticia, se busca denodadamente lo espectacular, lo impactante, lo emotivo y lo conflictivo. Cuando el conflicto existe realmente lo noticiable es la polémica misma, no sus contenidos sustantivos. Lo cual ya es una artificiosidad. Pero cuando apenas existe polémica, ésta es también buscada y promovida artificialmente por los propios informadores. Si esto se une a los otros defectos descritos con anterioridad, tenemos que la mayor parte de los medios informativos no sólo no comunican adecuadamente el saber sobre las realidades humanas actuales que los ciudadanos necesitan comprender para ser más libres y solidarios, sino que construyen y comunican una realidad ficticia, artificial y falaz. Que eso sí, se vende con cierta verosimilitud. Por eso, cabe estar de acuerdo con algunas personas que piensan que uno de los

mayores engaños que se producen cada día se efectúa cuando ciertos presentadores de ciertos noticieros se despiden de los televidentes con la fórmula “esto es lo que ha pasado en el mundo y así se lo hemos contado”.

Y, en gran parte, es un gran engaño por todo lo que han omitido.

## 2.5. La omisión de lo esencial y otras omisiones

Y es que la sustitución de la “lógica de la verdad” por la “lógica de la noticia” no se da sólo por las causas enumeradas en el epígrafe anterior. Sino también, y fundamentalmente, por la vía de la omisión de lo esencial, de lo que realmente importa saber de cada acontecimiento, acción humana, proyecto o idea. E, incluso, por la omisión de acontecimientos, acciones, proyectos e ideas realmente importantes y significativos.

Quizás no sea completamente cierto que, en palabras de Oscar Wilde, “el periodismo justifique su propia existencia merced al principio darwiniano de la supervivencia de lo más vulgar”. Pero no parece andar descaminado. Como tampoco lo están aquellos que piensan que “la omisión es el *pecado capital* de los medios de comunicación”. Omisión que, como se ha apuntado ya, es, en parte, el resultado directo del enorme exceso de noticias inútiles. Pero es, sobre todo, la consecuencia de no procurar cumplir los requisitos de una verdadera información, de no entenderla como una *síntesis significativa de un saber al servicio de la sociedad*, sino como una comunicación de los hechos y declaraciones recientes que sirven para rellenar el espacio o el tiempo asignado y para que la gente piense que está informada.

Las omisiones son muchas y significativas. Salvo magníficas excepciones, habitualmente no se informa de:

- a) Las causas, los antecedentes temporales e históricos de los propios acontecimientos que se destacan; las relaciones reales, en el espacio y en el tiempo, de esos hechos con otras realidades “fácticas” o con las ideas; el contexto en el que surgen... Se impide así, como ya vimos, una visión global, completa, más o menos íntegra de cualquier realidad.

- b) Las previsibles o ya constatadas consecuencias sociales de las ideas, proyectos o acontecimientos. Su significado en el devenir histórico y sus repercusiones en el actuar concreto y cotidiano de los ciudadanos. El sentido que esos hechos tienen de suyo o en su implicación con las personas y con la entera sociedad.
- c) La importancia social y la gravedad ética o moral de esos acontecimientos. Se fomenta de este modo el relativismo, el indiferentismo, el *pasotismo* y el gregarismo de los ciudadanos. Se pierde del horizonte vital y social la diferencia entre la verdad y la mentira, el bien y el mal, lo justo y lo injusto...
- d) El estado subyacente de los acontecimientos, de los desarrollos de largo alcance, de la conexión entre pasado, presente y futuro... Se pierden muchas realidades significativas y, también, la propia noción de la instalación en el tiempo, de la memoria del pasado y de la proyección en el futuro necesarias para el obrar libre del hombre.
- e) Las referencias reales imprescindibles para que se pueda realizar una interpretación cabal, un comentario acertado, una opinión fundamentada y un diálogo racional. Se falsea así uno de los fundamentos de la convivencia democrática.
- f) Los datos y documentos que propicien la necesaria verificación fáctica y crítica de las declaraciones realizadas por los actores sociales y representantes de los poderes públicos. Se impide así diferenciar la verdad de la falsedad, conocer si hay intereses espurios... Con lo que se facilita la manipulación por parte de los más poderosos de unos ciudadanos que, en su inmensa mayoría, no tienen resortes para contrastar los hechos y la lógica que fundamentan esas declaraciones, y se consolida un juego de intereses mutuos entre los poderes y los medios que, a su vez, se consagran como otro poder y no como un saber y un servicio.
- g) Los planteamientos, circunstancias, etc., de las personas, grupos sociales, instituciones, estamentos, etc., que carecen del poder, el dinero y la organización para organizar ruedas de prensa; y/o trabajan en actividades no pertenecientes al circuito de la imagen llamativa o espectacular; y/o mantienen actitudes y opiniones contrarias a los poderes dominantes. Se produce así una *espiral del silencio* sobre ciertas personas, valores y temas *políticamente incorrectos*.

- h) Las investigaciones de largo alcance, profundas y realizadas con rigor, sobre el estado de la cuestión de los principales problemas sociales y sobre sus posibles soluciones; acerca de los avances paulatinos y realidades que mejoran; etc.

Todas estas omisiones generalizadas (aunque haya honrosas excepciones en muchos casos) son enormemente significativas y revelan que no siempre lo que se comunica socialmente es un verdadero saber. Pero si no se consigue comunicar la verdad posible, entonces ¿qué queda? Pues queda la opinión. Su inflación y sacralización.

## **2.6. La sacralización de la opinión**

Considero que el mejor modo de exponer este aspecto es el de recurrir a un caso claro que sirva para comprobarlo fehacientemente. Por ejemplo, el de la “información” electoral.

Si a alguien le importase que los ciudadanos ejercieran su derecho al voto de un modo racional, ponderado, reflexivo, es decir, verdaderamente libre, cabría esperar de los medios de comunicación social que analizaran los diversos programas electorales e hiciesen una síntesis cabal, por temas, comparando los programas entre sí y dando razón de los cambios efectuados con respecto a los de elecciones anteriores; reflexionasen sobre las consecuencias sociales que la implantación de esas medidas traerían consigo y las explicasen de modo claro y ordenado; que hicieran un resumen significativo de la labor realizada por esos partidos - en el Gobierno o en la Oposición - en los años anteriores, de acuerdo con la coherencia entre sus promesas y sus realizaciones y cuáles han sido los resultados de esas acciones respecto a la mejora o no de los diversos aspectos vitales de una sociedad; que...

Pero no. Salvo honrosas excepciones, la esperanza es vana. En cambio, asistimos a un bombardeo diario de cientos de declaraciones rimbombantes sobre las excelencias de los unos y las carencias de los otros, de declaraciones sobre esas

declaraciones, de sondeos de opinión, de declaraciones sobre los sondeos de opinión... Esto por lo que respecta a la parte “informativa”. En la otra, se exponen diariamente las opiniones de los columnistas y editorialistas sobre las opiniones de los políticos y sobre las opiniones recogidas en los sondeos de opinión.

Los ejemplos podrían multiplicarse pues esa inflación de la opinión afecta a todos los ámbitos, incluidos los históricos, antropológicos, éticos, científico-experimentales, religiosos... Todo cae bajo la órbita de la opinión aunque para ello haya que olvidar el saber acumulado arduamente durante siglos. Quizás por eso, el sabio tradicional no tiene cobertura en la inmensa mayoría de los medios de comunicación. Sí la tiene, en cambio, el de una nueva especie creada por los propios medios: el *opinador*. Es decir, un profesional de la comunicación que dispone de seis cualidades: ha sido elegido por un medio (o por varios) para opinar; tiene venia para opinar sobre cualquier tema sin necesidad de especialización, documentación o tiempo para reflexionar; su actividad de opinar se produce al filo de la actualidad y con conciencia de que participa abiertamente en la formación de la opinión pública; su pensamiento es superficial; es fiel a la ideología del medio que lo recluta; y, desde luego, sigue la tendencia de lo *políticamente correcto*... Algunos *opinadores* suelen ser personas con cierta notoriedad en su campo, pero no se les llama para hablar de lo que han mostrado entender como especialistas, sino de cualquier otra cosa. La capacidad de cumplir este atrevido encargo le da una nueva notoriedad añadida, que puede acabar desplazando la reputación de origen y substituyéndola por la popularidad.

Ante esta inflación de la opinión que, como tal, sustituye al saber y, por tanto, imposibilita la verdadera información, cabe pensar con propiedad que estamos ante una cultura y una sociedad sofística. Aquella en la que no importa saber la verdad sino propiciar una apariencia de verosimilitud que ayude a la verificación de un poder. Con lo que entramos ya en el terreno de la manipulación.

### 3. La manipulación de la realidad

En efecto, vivimos en una cultura sofística del simulacro, en la que el montaje y el argumento general han sido ideados por las actitudes positivistas (con

algunos retoques posteriores), el guión y los textos únicos que se interpretan son realizados por los poderes e “ideologías” dominantes (actualmente, junto con diversos nacionalismos extremos en diversos lugares, queda la eficaz interacción mutua del laicismo, el capitalismo y el hedonismo consumista), y los actores principales y los coros que hacen de eco reiterativo son la mayor parte de los medios de comunicación que, en su actuación, hacen ver al público que responden a sus demandas. Para que el teatro se llene cada día es conveniente que no falten dosis de morbo y sangre, conflictos y extravagancias..., como ya hemos tenido oportunidad de reseñar.

También hemos visto ya el aspecto de la *infopolución*. Pues bien, esa enorme cantidad de noticias, datos, declaraciones y opiniones que se vierten diariamente produce en los ciudadanos la sensación de que se habla de todo, de que se recogen todas las opiniones, de que se pone a su disposición un gran caudal de conocimientos y de posibilidades. La gran variedad de medios hace que se tenga la sensación de poseer una casi ilimitada libertad de elección. El tipo de presentación objetivista y la propia propaganda de los medios (y de muchos autores sin sentido crítico o que desempeñan su papel dentro del guión) acerca de la objetividad propia hace que el público piense que esas informaciones corresponden a la realidad de las cosas (salvo, claro está, en aquellos casos en los que se informa de algo que uno ha vivido o conocido directamente, donde indefectiblemente se suelen comprobar dolorosos errores o tergiversaciones de bulto). Se crea así una ilusión de conocimiento y libertad que, como hemos visto, es muy ilusa.

Pero, además, ese bombardeo excesivo de información bruta, trivial y muchas veces inútil crea también y al mismo tiempo las condiciones adecuadas para que los dueños de los medios seleccionen a su antojo (léase intereses ideológicos y económicos de poder) los temas o aspectos de los mismos y las personas e instituciones que deben realizarse y aquellas otras que deben omitirse, silenciarse o atacarse. Esta selección interesada marca, a mi entender, el punto neurálgico de verificación del poder por parte de los medios. Y eso estaba escrito en el argumento, ya que uno de los aspectos fundamentales del positivismo lo constituye el seguimiento de principios de interpretación y selección carentes de fundamentación teórica e inspirados tan sólo en prejuicios políticos e ideológicos, o en intereses personales de diverso tipo. La selección de los contenidos debería obedecer a un pensar sobre el valor y sentido de cada realidad en relación con lo que es útil o necesario para la actuación libre del hombre en socie-

dad. Pero el positivismo, al negar la posibilidad de conocer las realidades metafísicas (las que no son medibles por los sentidos físicos), afirma al mismo tiempo y en consecuencia que el hombre puede manipular la realidad a su antojo. Como para ello hay que tener poder y/o medios, quien los tenga en mayor medida o los maneje mejor dominará la sociedad...

De ahí que en los últimos decenios se haya producido, por un lado, una proliferación enorme de “gabinetes de comunicación” de las grandes empresas, de los *lobbies* o grupos de presión ideológicos, de los partidos políticos..., que intentan que los medios expongan sus ideas y propuestas, creándose una tupida red de relación de intereses que, en la mayor parte de los casos, nada tienen que ver con los intereses reales de los ciudadanos ni, por tanto, con el objeto y la finalidad de la información periodística, sino con la imposición de las modas que aseguran la consolidación del sistema dominante. Por otro lado, las propias empresas informativas, otrora pequeñas, han ido poco a poco creando su propia red en la industria cultural, en un proceso imparable de concentración de medios, hasta llegar en nuestros días a una situación en la que unos pocos oligopolios mediáticos, verdaderos imperios comunicativos que abarcan diarios, revistas, cadenas de radio, emisoras de televisión, productoras y distribuidoras audiovisuales, editoriales, plataformas y redes de telecomunicaciones, con conexiones estrechas con los grandes bancos, grupos de presión ideológicos y partidos políticos, dominan en cada país la casi totalidad de la “producción” de información y comunicación. Con lo que no sólo se pone en peligro la realización efectiva de esa libertad de información, de ese pluralismo consagrado felizmente en las diversas Constituciones democráticas, sino que ejercen visiblemente una influencia cada vez mayor sobre la cultura, sobre los hábitos y costumbres sociales. De modo que la evolución histórica de los medios ha ido desde la información (mejor o peor hecha) sobre los acontecimientos que interesaban a los ciudadanos (con mayor o menor acierto en la elección y con mayor o menor mezcla de intereses propios o espurios) hasta la imposición de los propios intereses y necesidades que son los que con gran frecuencia crean o dan forma a los acontecimientos. Se imposibilita así, de raíz, la información verdadera y la verdadera información. Parafraseando al gran poeta T.S. Eliot cabe afirmar que no sólo la información no produce conocimiento y sabiduría en la ciudadanía, sino que se ha convertido en opinión y moda al servicio de la cada vez más poderosa industria mediática.

### 3.1. Causas y supuestos

Hemos visto que el positivismo (y el inmanentismo y relativismo consiguientes: no hay verdades naturales sobre las realidades propiamente humanas, sobre su naturaleza, propiedades, destino, dignidad y trascendencia) es la condición, el sustrato que hace posible la existencia de esas acciones u omisiones desinformativas conscientes y deliberadas a las que denominamos manipulaciones. Ahora bien, sus causas directas y primordiales son la **voluntad de poder**, de dominio sobre la sociedad, de imposición de una ideología o de unas *modas, costumbres o estilos de vida* para el consumo masivo, y la **voluntad de tener**, de obtener la mayor riqueza monetaria posible. ¿De qué modo contribuye el periodismo de corte positivista y relativista a crear las condiciones necesarias para que los medios al servicio de una determinada voluntad de poder y de tener manipulen? ¿Cuáles son las líneas-clave de la acción manipuladora?

De un modo disperso y genérico ya se ha contestado. Cabe ahora explicarlo con mayor claridad, con una visión concreta y de conjunto.

Cualquier persona medianamente inteligente, si se pone a pensar por un momento, se da cuenta de que el relativismo es intrínseca y absolutamente absurdo; que, como decían los clásicos, es una contradicción en los términos, ya que si se expresa que “todo es relativo” se está diciendo al mismo tiempo que ese principio no es relativo, que es una verdad incontrovertible. (Así sucedió, por poner un solo ejemplo, que cuando Sartre acabó de explicar en una de sus reuniones, con todo género de argumentos -demagógicos y falaces, pero muy brillantes- que la verdad no existía, una alumna, enardecida, se levantó y gritó: “que gran verdad es ésta, maestro”)

Pero, claro, si durante siglo y medio la mayor parte de los medios de comunicación se han regido por unos parámetros relativistas, éstos acaban siendo asumidos en gran parte por los ciudadanos. Como vimos en el epígrafe anterior, la desinformación podría resumirse en que la mayor parte del Periodismo ha convertido los hechos en opacos y mudos, y las opiniones en sagradas. En el campo de las ciencias experimentales y empíricas todavía se conserva un respeto por los hechos, pero en los temas culturales, antropológicos, morales o religiosos, o en cualquiera que tenga una relevancia política, todo se convierte en opinión. Si el hecho de que dos más dos es igual a cuatro adquiriese relevancia

política, en ese mismo instante -decía Hobbes- surgiría una facción para negarlo. Y entonces la prensa se sentiría en la obligación ineludible de darle cabida, ya que, en un principio, todas las opiniones valen lo mismo por irracionales y absurdas que sean. Pero eso es sólo al comienzo. A la postre, y parafraseando a Orwell en su *Rebelión en la granja*, unas opiniones valen más que otras. Y éstas no son precisamente aquellas que más fundamentadas estén (pues no hay parámetros de verdad ni saber), sino las que más interesen en ese momento a los que detentan el poder. Aunque sea la de que dos más dos sea igual a 5.

Porque para los manipuladores la verdad ya no es lo que es sino lo que ellos quieren que sea. Para ellos no hay hechos ni verdad, sino sólo intereses ideológicos y económicos de poder. “Si los hechos no concuerdan con mi teoría, peor para los hechos” decía Hegel. Pero como los hechos son tozudos y hay quienes aún piensan que hay una naturaleza que respetar, entonces los manipuladores tienen que establecer una estrategia para eliminar esa **oposición** a sus fines e intereses. En toda acción manipuladora sistemática hay así un conflicto, un enemigo a quien vencer.

La imposición del relativismo en la sociedad ha sido así el caldo de cultivo, la manipulación de base que ha abierto y abre las puertas a las sucesivas manipulaciones concretas de diversas ideologías o sistemas de costumbres al servicio de unas determinadas voluntades de poder y/o tener. En el siglo XX hemos asistido a las grandes manipulaciones producidas por el nazismo y el marxismo-leninismo. Actualmente, y junto a otras de menor incidencia geográfica como las producidas por ciertos nacionalismos extremos, la manipulación preponderante tanto por su intensidad como por su extensión es la producida por la interacción del **laicismo**, el **libertarismo hedonista** y el **capitalismo consumista**. Las tres pueden actuar por separado o conjuntamente, pues tienen un enemigo común: las personas e instituciones que siguen la tradición artística, sapiencial, metafísica y ética greco-latina y judeo-cristiana, que ha dado lugar al progreso moral y cultural de Occidente por tener en su centro la lucha por la dignidad del hombre y su reflejo en la sociedad. Para ellos no vale ni siquiera el principio de que “todas las opiniones valen” sino que tal “opinión”, por ser presentada como verdad, no debe ser expresada ni hacerse valer en el discurso público, ya que supone una limitación a la voluntad de poder y de tener de los medios manipuladores. Así, no sólo “unas opiniones valen más que otras” (las suyas) y por eso hay que imponerlas, sino que “hay opiniones que no valen

nada” (las de los que siguen esa tradición moral) y por eso hay que caricaturizarlas, desdeñarlas, silenciarlas...

Con ello entramos ya en la explicación de las formas o modos de esa manipulación sistemática...

### 3.2. El itinerario de la manipulación

Lógicamente me referiré sólo a unas cuantas: las que son más predominantes, generalizadas y actuales. Ya que, si tuviésemos pretensiones de exhaustividad, nos veríamos obligado a realizar un tratado que, desgraciadamente, sería bastante amplio. A efectos de cumplir los fines de este artículo basta con explicar brevemente las más significativas, comenzando con la *carta de presentación* de los medios de manipulación.

#### a) Carta de presentación: las palabras mágicas.

Como se trata, en definitiva, de una labor de **sustitución** de una cosmovisión natural por otra artificial, y eso implica partir de una serie de principios que hay que saber presentar adecuadamente, mediante una labor de *marketing de ideas*, habrá que ver en primer lugar cuáles son las ideas-clave, las **palabras-mágicas** con las que se presenta en sociedad esa interacción ideológico-económica. Y cómo, a su vez, en esa presentación se desfigura la cosmovisión a sustituir.

Pues bien, la palabra mágica es la idea de **progreso**, cuyos sustentadores son lógicamente los progresistas, quienes se enfrentan a los retrógrados por el bien de la humanidad. Dicho así, es difícil no entusiasmarse con la idea y aceptar las concreciones que se vayan proponiendo. Que no se diga de dónde se viene y hacia dónde se progresa es lo de menos, lo importante es que se hace ver que hay que estar con los tiempos, y si no, se es un marginado, amén de vituperado.

Ese progreso, además, se presenta como **ilimitado**, pues los avances científicos y tecnológicos de los dos siglos precedentes permiten avizorar que no hay

medidas para las conquistas científico-técnicas y que los que hablan de límites naturales o éticos lo que quieren es impedir el imparable avance del hombre hacia su liberación plena. Y, claro, quién va a osar ir contra la diosa ciencia y contra la libertad. Que no se informe de la cantidad de intereses económicos y políticos que están detrás de muchos experimentos científicos, ni se hable de las fortunas millonarias que se han acaparado con ellos, es lo de menos...

Por añadidura, es un progreso **tangible y placentero, material y cuantificable** del que se benefician todos. Y, claro, si se palpa y se disfruta, si en los hipermercados hay todo tipo de bienes materiales, si la ciencia progresa hacia la salud, que es lo más importante, e, incluso hace posible la mejora estética, el cambio de sexo, el placer sin límites, contexto ni consecuencias no deseadas... ¿Para qué pensar en cosas tan deletéreas como la dignidad, la conciencia o los valores del espíritu? Cuando, además, esos valores no están claros y pueden llevarnos a la intolerancia, siendo así que la **tolerancia** es la gran conquista social del progreso. Que no se informe de hasta qué punto la industria posibilitadora del consumo hedonista obtiene pingües beneficios para unos pocos, ni de que es un dato fehaciente, histórica y científicamente comprobable, la imposibilidad de que el ser humano alcance la felicidad posible mediante la acumulación de bienes materiales y placeres meramente sensibles, ni tampoco que no puede haber tolerancia, por definición, si se intenta imponer el pensamiento único de lo *políticamente correcto*, eliminando del circuito informativo a todos aquellos que crean en que la dignidad humana exige algo más que lo material, es lo de menos...

Como se tiene el poder de manipular y con esa *carta de presentación* se ha logrado una respetabilidad... Hay que ir hacia delante, por ejemplo, creando un mundo artificial y silenciando gran parte de la realidad. Y es que el *progreso* informativo ha sido tal que los personajes y los acontecimientos se crean desde la propia industria mediática. Eso sí, no duran mucho tiempo, porque la dinámica exige el continuo recambio ya que hay que consumir nuevos productos continuamente. Se cosifican e instrumentalizan personas al servicio de una realidad virtual a la que se dota de tanta o más importancia que a la real. Y se informa de lo que los otros medios crean en un sistema autorreferencial que bien poco tiene que ver con los intereses de conocimiento de los ciudadanos.

Y se producen también las *sinergias comunicativas*, esto es la utilización de los contenidos de unos medios para hacer publicidad de los otros del mismo grupo, con merma de nuevo de una información al servicio de los ciudadanos. Se ha

dado el caso, por poner un solo ejemplo entre muchísimos, de que una película de cine que emitía una determinada cadena de televisión fue recomendada por el crítico de un cierto diario. Varios meses después, ese mismo film se iba a emitir por otra cadena de televisión. El mismo crítico del mismo diario la denostó. Huelga decir a qué grupo pertenecía el diario.

Si ese mismo imperio mediático, como es el caso, además del diario y la cadena de televisión, aglutina decenas de editoriales, no es de extrañar que, por ejemplo, en las secciones de cultura se le dé especial relevancia a las obras *propias* y a los autores de la casa, y que no haya espacio para otros libros, producciones y autores ajenos. Lo cual sucede también en los cientos de emisoras de radio de ese mismo grupo. Como, además, lo que impera, porque se trata de imponer, es el criterio cuantitativo –los programas más vistos, los libros más vendidos– y se posee una extensa red de distribución y de librerías, no es difícil hacerles ver a unos ciudadanos que no conocen estos pormenores que se está reflejando una realidad *objetiva*. Si además, ese y otros poderosos grupos coinciden en lo sustancial de la ideología dominante, quedan fuera del circuito comunicativo e informativo todos aquellos que piensan de otra manera, y se impone poco a poco ese pensamiento único y uniformador sin que la mayoría de los ciudadanos se aperciban de ello.

Y es que, cuando no hay voluntad de saber y de servir, cuando lo único que importa es el poder y el tener, cuando a los ciudadanos no se les considera como personas, sino que se les cosifica y se les trata como meros consumidores serviles del propio poder, cuando se trata de imponer un sistema único de pensamiento que garantice la continuidad del sistema y del poder económico, ideológico y político de unos pocos, no hay nada más útil y rentable que el silenciamiento activo, cuando es posible hacerlo, de personas, hechos e ideas que pueden poner en peligro ese engaño sistemático.

Si se hiciera una lista de esas personas, acontecimientos e ideas que hubieran merecido darse a conocer por su calidad intrínseca, por su interés y aportación al enriquecimiento moral y cultural de los ciudadanos y, por ende, a su libertad, se comprobaría el enorme fraude moral y social que ese silenciamiento sistemático ha producido. Pero aquí y ahora es imposible hacerla. Tan larga es.

Como es largo asimismo el elenco de técnicas manipuladoras concretas que se utilizan cuando, al no poder silenciar a determinadas personas e instituciones,

o determinados acontecimientos e ideas, no tienen más remedio que darles cabida en las páginas, ondas o pantallas.

b) *Algunas técnicas concretas del tratamiento manipulador*

A un Papa no es fácil silenciarlo. Más aún en el caso de Juan Pablo II, cuya actividad en los diversos ámbitos de su ministerio fue tan ingente y extraordinaria. Así que había que pensar acerca de cómo informar de algunas de sus actividades que no pudieran silenciarse. Por ejemplo, de sus viajes. Pues bien, desde el primero al último, (con la excepción del viaje a Cuba) el tratamiento informativo ha sido el mismo en los medios de comunicación autodenominados *progresistas*: nula o descontextualizada y escasa mención a los textos de las homilías o discursos del que se supone es el protagonista principal al que, sin embargo, se le ha hecho un seguimiento atento para poder seleccionar las fotos menos favorecedoras; amplísima difusión de cualquier voz contraria a su persona o al viaje y nula acogida a los que le acogen con agrado, simpatía o fervor, aunque estos sean millones y los otros decenas; recuento pormenorizado y exagerado de los gastos del viaje; recopilación no menos exhaustiva de detalles nimios, insignificantes y periféricos y, si los hay, aunque a veces haya que buscarlos en el baúl de los recuerdos, de los problemas o situaciones conflictivas de la Iglesia en ese país.

Lógicamente esta **omisión de lo esencial positivo y significativo y realce de lo accidental negativo e insignificante** no está recogida en los Libros de estilo de estos medios, pero es una de las técnicas habituales de su proceder manipulador. Pero no el único. También hay amplia cabida para la **calumnia**...

Pero la **calumnia, el juego de la omisión y el realce y el silenciamiento**, además de la utilización frecuente de la **simple mentira, la media verdad, la descontextualización, la caricaturización de la imagen o de los argumentos, la generalización falsa, la memoria selectiva y la falsificación de los sondeos y las estadísticas** sirven primordialmente para combatir al *enemigo*, ya sean las personas e instituciones que no entran dentro de lo *políticamente correcto*, ya sea en las luchas por el poder concreto entre grupos mediá-

ticos que, aun perteneciendo a esa interacción ideológica dominante, tienen intereses económicos diversos y apoyan a partidos políticos distintos. Para construir el sistema de *pensamiento único* según el dogma del *progresismo* hacen falta otras técnicas, tales como el **eufemismo, la absolutización de valores triviales, la doble moral y el doble discurso...**

El **eufemismo**, la técnica de edulcorar mediante otra palabra más blanda la crudeza de un concepto, con la que se intenta presentar con mejores vestidos una determinada realidad o idea dura de admitir, ha sido uno de los cauces por los que se ha conseguido la sustitución de ciertos valores naturales y/o *tradicionales* por otros de corte *progresista*. Así, la implantación del pansexualismo ha tenido muchas causas: la absolutización de las teorías freudianas, su divulgación exhaustiva por cierta literatura y por el cine, y un largo etcétera... Pero también ha tenido mucho que ver con la expresión *hacer el amor* que, reiterada millones de veces, sobre todo a partir de 1961 en coincidencia con la difusión de la *píldora*, ha tomado carta de naturaleza y forma parte del lenguaje ordinario. Con lo que una de las palabras más sublimes que significa algo tan profundo y espiritual que no se puede conceptualizar con exactitud y que al modo poético fue definido por Dante como “aquello que mueve el sol y las otras estrellas” ha sido convertido en mero objeto material, algo que se puede hacer, como una silla o un churro. Como toda pérdida de significado es una pérdida de realidad, el eufemismo es una gran mentira: el amor no puede hacerse; se tiene, se da, mueve a obrar e, incluso, al sacrificio heroico y a conocer la verdad. Pero como las palabras con las que se definía el acto sexual no sonaban muy bien y había que procurar que se convirtiera en algo normal y trivial, sin necesidad de que hubiera ningún vínculo anterior o posterior, para poder vender millones de píldoras anti-conceptivas, millones de preservativos, etc., había que edulcorar la realidad. No todos los eufemismos que han venido después han tenido tanta perdurabilidad, ya que algunos estaban concebidos solo para el primer momento de la campaña. Tal es el caso de la *interrupción voluntaria del embarazo*. Conseguido el propósito, ya no es necesario y se habla con toda normalidad de aborto...

La utilización de eufemismos no está ligado solo a la campaña sistemática pansexualista, ni a las campañas para la legalización del aborto, la eutanasia (que, en sí, es un eufemismo y por eso solo han tenido que traducirla, convirtiéndola prácticamente en un oxymoron: *muerte dulce*) las parejas de hecho... Sino que es una argucia frecuente de cualquier discurso manipulador sobre cualquier

tema. Así, por ejemplo, en la portada del diario *El País*, el día 2 de diciembre de 2000, se exhibe una foto del entonces recién elegido presidente de México cuyo pie de foto dice: “Rompiendo con una tradición de distanciamiento entre Iglesia y Gobierno, Vicente Fox comulgó ayer en el templo de Guadalupe antes de jurar su cargo”. Desde luego, llamar *distanciamiento* a una de las persecuciones religiosas más graves del siglo pasado, consagrada constitucionalmente y en la que fueron asesinados miles de cristianos por el mero hecho de serlo, es un eufemismo que suena a broma pesada, incluso a los no cristianos que sean honrados.

Pero también hay que comprender que a ese diario no le debe resultar fácil asimilar que tras 90 años de persecución religiosa (de la cual no ha informado ni informará) el pueblo mejicano siga siendo mayoritariamente católico y, casi en su práctica totalidad, devoto de la Virgen en su advocación de Guadalupe, cuya imagen esta impresa sobre una tela de yute que dura ya cuatro siglos sin deteriorarse siquiera, y que, investigada por científicos de la NASA y de varios Institutos Científicos especializados, no católicos, les lleva a la más absoluta perplejidad: la forma de impresión y el “material” con el que está “hecha” la imagen no existe en nuestro planeta ni, por ahora, en la luna y en el planeta Marte. En el iris de sus ojos se puede observar con potentes microscopios a varias personas, vestidas con los trajes de la época en la que la imagen “apareció” en la tilma del indio Juan Diego...

Y de eso tampoco informarán. Aunque en sus páginas y en sus pantallas aparezca continuamente una Ciencia muchas veces absolutizada y deificada y, por consiguiente, el recurso a “los científicos dicen...” como si eso fuera la Verdad Absoluta. Y es que el relativismo fundante de la manipulación y la voluntad de poder y de tener que la causan llevan necesariamente a una mezcla de lo que Orwell llamaba el *double think* y de lo que la sabiduría popular entiende por la doble vara de medir. En definitiva se trata de una **doble moral y de un doble discurso**. La Ciencia es estupenda cuando conviene; cuando no, mejor no hacerle caso... Ha sido penalty si es a favor del equipo propio; si es a favor del contrario, el árbitro es malísimo y tiene manía persecutoria... El argumento que vale para defender una cosa se contradice para otra...

Además, el discurso manipulador no puede dejar de utilizar los conceptos de bien y de mal (aunque estas palabras concretas intenten evitarse) ya que están insertos en la naturaleza humana. Tanto en los que escriben o hablan a través de

los medios como en los que reciben sus mensajes. Por eso también el relativismo es imposible y a lo que conduce, como ya expuso Orwell, si bien con otra finalidad y aplicado al totalitarismo soviético de los 50, en su magnífica parábola *Rebelión en la granja*, es al cambio de unos “mandamientos” por otros. Otros que ni siquiera tienen por qué ser contradictorios (algunos sí) con los que se intenta sustituir, sino que, fundamentalmente, se trata de una reducción sistemática de su riqueza y contenido, de su continuidad y permanencia. Esto es, que se proclaman y defienden unos valores siempre que no vayan contra el sistema; que se absolutizan valores relativos y se relativizan valores absolutos; que la jerarquía de estos valores relativos va cambiando a medida de los deseos (y de los intereses económicos y políticos del momento) de los creadores de opinión...

Así, por ejemplo, y sin que esto suponga una relación ni mucho menos exhaustiva pero sí significativa, la Religión se reduce a un sentimiento individual sin relevancia pública; la Caridad se reduce a filantropía; el Amor se queda, las más de las veces, en sexo; la Prudencia se convierte en astucia, cautela o cobardía; la Ética se reduce a un consenso coyuntural de mínimos que garantice el orden público; a la Libertad se le desgaja de su correlato natural, la responsabilidad, y de su finalidad; la libertad de expresión es el máximo valor de la democracia; “la salud es lo más importante”; el cuerpo se glorifica y el alma se olvida; la economía es el principal o único referente para medir el estado de una sociedad; la cantidad sustituye a la calidad; el éxito profesional, a costa de lo que sea, se considera valor supremo; la atención a los animales prima, a veces, sobre la dedicación a las personas... Abortar es un derecho y fumar es un escándalo...

No es, por tanto, que no haya valores. Es que estos, debido a la acción manipuladora, como diría Chesterton, se han vuelto locos. Y, por ende, gran parte de la sociedad anda sin brújula permanente, sometida a los dictados de los que tienen el poder, a los vaivenes de las modas que estos imponen para garantizar la pervivencia de un sistema que requiere el consumo continuo de productos nuevos de toda índole. De ahí que esa interacción de laicismo, capitalismo consumista y hedonismo libertario parezca construida por un extraordinario genio maléfico. Y que su autopresentación como *progresismo* sea, probablemente, el eufemismo más astuto y completo que se haya inventado, ya que lo que está consiguiendo es el *regreso* (bajo otras condiciones y con tecnología punta) a situaciones de barbarie que se han dado ya en otras épocas históricas, de infaus-

ta memoria. Y es que el criterio de *novedad* no sólo no es sinónimo de bondad, verdad, belleza, utilidad... (El olivo es prehistórico y sigue alimentando a la humanidad. El agua es antiquísima y sigue saciando nuestra sed. El sol es arcaico y sigue dándonos calor y luz), sino que no es ni siquiera real en lo sustancial: en lo específicamente humano, “no hay nada nuevo bajo el sol”.

Por eso, tampoco la manipulación es nueva. Tampoco la violencia es nueva. (En el relato bíblico de Adán y Eva y en el de Caín y Abel ya hay materia suficiente) Ni tampoco es original considerar la desinformación como violencia. En 1987 Jürgen Liminski escribía que “la violencia por autocensura o desinformación es tal vez la forma más inadvertida de atacar a los receptores. Se les deja en paz, tranquilos, y sin embargo, al privarles deliberadamente de elementos imprescindibles de una información veraz, se les impide utilizar su libertad. En este sentido, la desinformación es una agresión directa y personal. Restringe la libertad de los que de buena fe han comprado o se han suscrito a un producto de la información. Es la violencia silenciosa”.

Si contemplando sólo unos pocos aspectos de la desinformación, el escritor alemán pudo afirmar con verdad lo que acabamos de leer, al considerar el panorama completo de la desinformación y de la manipulación, cabe aseverar que estas realidades suponen no sólo un tipo más de violencia sino que constituyen hoy día la violencia más real y universal, causante, en gran parte, de todas las demás. Violencia que adquiere una forma sutil, menos visible, pero a mi juicio, junto a la destrucción y manipulación masiva de la vida humana, es la más dañina. Violencia que no por inmaterial ni silenciosa es menos grave y real. Porque, parafraseando a Swift, la mentira y el engaño roban el alma, lo cual es más grave que el robo de algo material. Porque, en definitiva, la desinformación y la manipulación atentan, en primer lugar, contra la propia realidad. Contra el sustento de la libertad, del diálogo y de la convivencia humanas. De ahí que desde una perspectiva ética natural, y aunque a algunos pueda sonarles “muy fuerte”, pienso con razones fundadas que la “dictadura del relativismo” —en expresión feliz de Benedicto XVI— y el imperio de la mentira en que se ha convertido la mayor parte del sistema mediático suponen hoy día el mayor ejercicio de violencia jamás ejercida en la historia. Que nos apercibamos o no de ello es otro cantar.

#### 4. ¿La solución? La educación

Sea como fuere, como ya quedó recogido en cuando expusimos el concepto de información periodística, ésta no se efectuará propiamente si no hay un *saber compartido por periodistas y ciudadanos sobre las realidades humanas actuales con proyección e interés social*. Y tal requisito fundamental no se podrá dar sin que los ciudadanos se esfuercen activamente por informarse cabalmente o si no poseen las cualidades pertinentes para buscar y solicitar la información que precisan para cumplir sus fines personales y sociales; para distinguir lo verdadero de lo falso, lo importante de lo intrascendente, lo perdurable de lo efímero, lo útil de lo inútil, lo enriquecedor de lo perjudicial...; para dialogar sobre los textos informativos...

De ahí que, junto a la tarea educativa de formar buenos periodistas y buenos empresarios de la información, haya otra tarea igual de necesaria y vital si se quiere que la sociedad esté bien informada: la de educar a los ciudadanos en el desarrollo de una pasión por la verdad y la libertad, de un adecuado sentido realista y crítico, participativo y activo, ante lo que difunden los medios de comunicación. Enseñanza que sólo se puede dar en un contexto humanista y verdaderamente democrático. Y que es el gran reto que tenemos por delante los educadores de todos los niveles: desde los propios padres hasta los catedráticos de universidad, pasando por los decisivos profesores de primaria y secundaria.

Espero poder explicitar modos y métodos pedagógicos en un próximo artículo. Hasta entonces, conviene prepararse utilizando una buena bibliografía.

#### 5. Bibliografía orientadora

##### a) Para profundizar en los requisitos de la información

Brajnovic, Luka. *Deontología Periodística*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1978.

Brajnovic, Luka. *El ámbito científico de la Información*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1997.

Brajnovic, Luka. *El relato del sexto periodista*. En: Barrera, Carlos, Jimeno Miguel Ángel (eds). *La información como relato*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1991, pp. 96-97

Galdón, Gabriel. *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1994 (4º edición, 2006)

Galdón, Gabriel (coord.). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Ariel, 2001.

Galdón, Gabriel. *De la objetividad a la prudencia. Hacia un paradigma informativo humanista*. En: *Comunicación y hombre*, nº 2, Madrid 2006, pp. 43-53

Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Anagrama, 2002.

Nieto, Alfonso. *Cartas a un empresario de la información*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1988.

Núñez Ladevéze, Luis. *Manual para Periodismo*. Barcelona: Ariel, 1991.

Sánchez Ortiz, M. *El Periodismo*. Barcelona, 1990.

Soria, Carlos (editor). *Prensa, paz, violencia y terrorismo*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1987.

Wurman, R. S. *Information Anxiety. What to do when information doesn't tell you what you need to know*. Nueva York: Bantam, 1989.

## **b) Para analizar los diversos aspectos de la desinformación**

Bettetini, Gianfranco. *Los mitos de la objetividad, la neutralidad y la profesionalidad en la información*. En: Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información (2ª. 1987. Pamplona). *La Responsabilidad pública del periodista*. Pamplona : Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 1988.

Finkelkraut, A. *La défaite de la pensée*. París: Gallimard, 1987.

Ferro, Marc: *L'information en uniforme*. París: Ramsay, 1991.

Galdón, Gabriel. *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra, 1994 (4ª edición, 2006)

Lipovetsky, G. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama, 1986

Lipovetsky, G. *L'empire de l'éphémère*. París: Gallimard, 1987.

Nelkin, Dorothy. *Selling Science. How the Press covers Science and Technology*. Nueva York: W.H. Freeman, 1987.

Noëlle-Neumann, Elizabeth. *The Spiral of Silence: Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press, 1984.

Pizarroso, Alejandro. *La guerra de las mentiras*. Madrid: Eudema, 1991.

Ramonet, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate, 1998

Sommerville, John: *Why the News Makes Us Dumb*. En: *First Things*, 16, Octubre 1991.

Tuchman, Gaye. *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.

**c) Para completar el análisis de la manipulación y estudiar otras perspectivas**

Baudrillard, J. *Les stratégies fatales*. París: Bernard Grasset, 1983.

Cacho, Jesús. *El negocio de la libertad*. Madrid: Foca, 1999.

Chomsky, Noam, Herman, Edward S. *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica, 1990.

Comellas, José Luis. *El último cambio de siglo*. Barcelona: Ariel, 2000.

Fraguas, María. *Teoría de la desinformación*. Madrid: Alhambra, 1985.

Galdón, Gabriel (coord.). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Ariel, 2001.

Graf Huyn, H. *Seréis como dioses*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1991.

Jacquard, R. *La Desinformación. Una manipulación del poder*. Madrid: Espasa-Calpe, 1988

Lewis, C.S. *La abolición del hombre*. Madrid: Encuentro, 1991.

Llano, A. *La Nueva Sensibilidad*. Madrid: Espasa-Calpe, 1988.

Lorda, Juan Luis. *La Desinformación religiosa*. Ecclesia nº 2.982, 29.I.2000

Pascua, H. *Verdad y opinión*. Madrid, 1991.

Revel, J.F. *El Conocimiento inútil*. Barcelona: Planeta, 1989.

**d) para establecer una adecuada formación del sentido crítico.**

Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales: *Ética de la Comunicación*. Roma, 2000.

Galdón, Gabriel. *De la desinformación y la superficialidad a la reflexión y la interioridad. Sobre la necesaria educación del sentido crítico ante los medios de comunicación*. Madrid: Fundación Universitaria San Pablo CEU, 2003.

Ibáñez Martín, J.A. *La manipulación y el hombre contemporáneo*. En: *Revista de Estudios Políticos*, pp. 195-196, 1974

Ibáñez Martín, J.A. *Hacia una formación humanística*. Barcelona: Herder, 1975.